

которого легли в основание того духовного движения, которым был ознаменован в русской культуре XVIII век и которое связано с «аскетической реформой» Паисия (Величковского).

### Литература

*Буланин Д. М.* Опыт комплексного описания: Афон в древнерусской письменности до конца XVI в.: Из истории образа по памятникам, учтенным в «Словаре книжников и книжности Древней Руси», а также пропущенным при его подготовке / СККДР. Вып. 2: (Вторая половина XIV – XVI в.). Ч. 3: Библиографические дополнения. Приложение. СПб., 2012. С. 427–763.

*Зеленская Г. М.* Иеротопия Кийского Креста // Ползуновский альманах. 2017. № 4. Т. 1. Ч. 2. С. 68–91.

*Ианнуарий (Ивлиев), архим.* И увидел я новое небо и новую землю: комментарий к апокалипсису. М., 2015.

*Иоанн Златоуст, свят.* Полное собрание творений. СПб., 1905. Т. XI. Кн. I.

*Исаченко Т. А.* Афон: рукописные источники в Российской государственной библиотеке // Quaestio Rossica. 2018. Т. 6. № 4. С. 995–1014.

*Севастьянова С. К.* Грамота патриарха Никона о Крестном монастыре // Ставрографический сборник. Кн. III. Крест как личная святыня. Сб. ст. / Сост. и науч. ред. С. В. Гнутова. М., 2005. С. 336–403.

Творения святого Григория Нисского. Ч. 1. М., 1861.

*Хоружий С. С.* 1 Исихазм в Византии и России: исторические связи, антропологические проблемы // О старом и новом. СПб., 2000.

**Ким И. Е., Ильина Д. В.**  
**Новосибирск, Россия**

### ЦЕННОСТНЫЕ ОСНОВАНИЯ АРГУМЕНТАЦИИ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ТЕКСТЕ\*

Научно-популярная коммуникация, являясь производной от научной коммуникации, существенным образом отличается от нее распределением ролей участников коммуникативного акта. Научная коммуникация, образующая в русской общественно-языковой прак-

---

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-00-01376 (18-00-00760).

тике самостоятельную сферу общения [Аврорин 1975: 76–77; Ким, Силантьев 2017: 171], – это общение равных. Автор и адресат входят в профессиональное сообщество ученых, занимающихся исследованиями в одной научной области. Близость картины мира сочетается с общностью ценностных установок, в частности с ценностью объективности научного исследования, которая обеспечивается строгостью исследовательских процедур. Научно-популярная коммуникация образует периферию научной сферы общения и характеризуется асимметрией позиций автора (ученого или журналиста) и адресата, потенциально далекого от научного сообщества. Автор в этом случае должен считаться с ценностными установками читателя, ориентированного на познавательность и увлекательность изложения.

Для выявления ценностных оснований аргументации в научно-популярных текстах нами проанализированы 10 статей на предмет представленных в них типов аргументации. Классификация аргументов, использованная в процессе анализа, составлена в рамках научного проекта № 18-00-01376 (18-00-00760) на основе теории аргументации Д. Уолтона [Walton, Reed, Macagno 2008], которая описывает формально-логическую аргументацию только как один из способов убеждения в реальной речевой практике. Классификация включает 45 видов аргументов, сгруппированных в три типа:

- аргументы, основанные на представлении о структуре реальности и представляющие собой логическое или квазилогическое обоснование тезиса (например, аргумент «от частей к целому» или «от причины к следствию»);

- аргументы, демонстрирующие способы установления реальности и допускающие несоответствие формально-логическим законам (например, экстраполяция примера или принятие «лучшего» объяснения как единственно верного);

- аргументы, представляющие собой ссылку на субъекта точки зрения (например, аргумент «от эксперта» или «ad populum»).

Установлено, что в научно-популярных статьях, написанных учеными, преобладают первые два типа аргументов: авторы-специалисты опираются на структуру реальности (55 % аргументов) и на способы получения знаний о реальности (26 %). В текстах, написанных журналистами, преобладают аргументы третьего типа – ссылки на эксперта,

носителя знания (56 %). Аргументы, указывающие на способ получения знания, встречаются в журналистских текстах с той же частотой, что и в текстах ученых (25 %).

Таким образом, общая ценностная ориентация на объективность изложения присуща обеим категориям авторов, но авторы-ученые опираются при этом на собственное предметное знание, а журналисты чаще используют авторитетное мнение ученых.

### **Литература**

*Аврорин В. А.* Проблемы изучения функциональной стороны языка (К вопросу о предмете социолингвистики). Л., 1975.

*Ким И. Е., Силантьев И. В.* Сфера общения и дискурс: терминологическая избыточность или сущностное различие? // Сибирский филологический журнал. 2017. № 4. С. 163–174.

*Walton D., Reed C., Macagno F.* Argumentation Schemes. Cambridge, 2008.

**Кобыскан А. С.**  
**Уфа, Россия**

## **ОТРАЖЕНИЕ ЦЕННОСТНОЙ КАРТИНЫ МИРА СПОРТИВНОГО КОММЕНТАТОРА ЧЕРЕЗ ЯЗЫК ТЕЛЕВИЗИОННОГО РЕПОРТАЖА**

Представители СМИ регулярно контактируют со многими сферами жизнедеятельности человека. Данное взаимодействие несёт преимущественно интердискурсивный характер, нежели профессиональный. Яркий пример – медийный дискурс автомобильного спорта. Часто используемый в его рамках жанр спортивного репортажа является преимущественно публицистическим, поэтому в нем ведущую роль играет образ автора. Суть данного жанра – освещение спортивного события, протекающего в определенный момент времени. В обязанности комментатора входит включение в текст иной, не связанной с игровым процессом информации. Если говорить об автоспортивных соревнованиях, то это может быть информация о контрактах пилотов, экономические вопросы, последние новости и др. Время, отводимое на данное повествование, определяется на основе личных предпочтений телекомментатора.